

EVALU ERI N G



VI KBH 'R'

2010



Indledning.....	3
Resume.....	4
Kapitel I – Kampagne aktiviteter.....	7
Kapitel II – Kommunikationsstrategi og kampagnekendskab.....	10
Kapitel III – Resultater	16
Kapitel IV - E valuering af Puljen.....	19
Bilag.....	23
Bilag 1– Afholdte aktiviteter i hhv. 2008,2009 og 2010.	23
Bilag 2 – Liste over samarbejdspartnere i 2008, 2009 og 2010	29
Bilag 3 – Liste over ansøgere til puljen	33
Bilag 4 - Deltagerliste for VI KBH'R' ressourcegrupper.....	34
Bilag 5- Budgetoversigt for VI KBH'R' kampagnen.....	36
Bilag 6- Kampagnemateriale 2008, 2009 og 2010.....	37

Indledning

Borgerrepræsentationen disponerede 3 mio.kr. i 2008, 2009 og 2010 med budgetaftalen 2008 til markering af kulturel mangfoldighed i København. Her blev det besluttet, at markeringen skal medvirke til, at alle byens borgere har en oplevelse af at være inkluderet i byen uanset national, religiøs eller kulturel baggrund.

Markeringen af mangfoldighed i København blev udmøntet i den 3-årige VI KBH'R' kampagne, som blev iværksat i 2008 med udgangspunkt i følgende tre spor:

- (i) Events igangsat af VI KBH'R' kampagnesekretariatet, som skal anerkende borgere uanset deres kulturelle, etniske, sociale og religiøse baggrund samt skabe fællesskab mellem byens borgere,
- (ii) Kommunikation i byrummet, der skal synliggøre, fejre og anerkende mangfoldigheden i byen.
- (iii) VI KBH'R' puljen, der økonomisk støtter lokale initiativer, som fejrer og markerer mangfoldigheden i København.

Igennem disse tre spor har Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen skabt rammerne for, at byens borgere kunne fejre byens kulturelle mangfoldighed og anerkende hinandens forskellighed. Kampagnen har skabt et positivt sprog omkring den rummelige københavner identitet ved at synliggøre, fejre og markere de positive aspekter af København, som en multikulturel metropol. Kampagnens budskaber, er nået bredt ud, idet 21% af københavns befolkning, svarende til 110.924 københavner, har kendskab til kampagnen imens kampagnens og puljens events tilsammen har tiltrukket 280.542 københavner. Kampagnens positive resultater og effekter, fremgår både af de årlige kampagneevalueringer og af dialog med såvel lokale som internationale samarbejdspartnere.

Kampagnen har løbende været evalueret i 2008 og 2009. Formålet med denne evaluering er, at følge op på målene for 2010 samt samle op på kampagnens aktiviteter i dens treårige levetid. Kampagnens aktiviteter vil blive evalueret i forhold til deres forankring hos københavnerne, foreninger, virksomheder, NGO'er mv.

Resume

Med udgangspunkt i de 9 mio. kr., som Borgerrepræsentationen disponerede til VI KBH'R' kampagnen, er nedenstående resultater opnået i perioden 2008-2010. Budgetoversigten findes i bilag 5.

Events

Kampagnen har afholdt 40 *events*, som sammenlagt har tiltrukket 150.777 *deltagere*.

Puljen

Sammenlagt har VI KBH'R' puljen ydet *tilskud til 110 projekter*, hvoraf 25 projekter fik et tilskud over 30.000 kr.

De støttede projekter har tilsammen tiltrukket 129.765 *deltagere*.

Partnerskaber og samarbejde med eksterne aktører

Igennem de 3 år har kampagnesekretariatet bl.a. indgået 9 *etablerede partnerskaber*. Herudover har Kampagnesekretariatet indgået *samarbejde med 186 eksterne aktører* (virksomheder, foreninger mv.)

Kommunikationsaktiviteter

Kampagnen har været i 107 *artikler* samt indgået i flere indslag på landsdækkende- samt lokalt tv.

Kampagnesekretariatet har oprettet en hjemmeside med dertilhørende blog-funktion. 25.928 *borgere* har besøgt kampagnens hjemmeside, www.blanddigibyen.dk, og sammenlagt har der været 406 *blogindlæg* på hjemmesiden.

Kampagnesekretariatet har oprettet en facebookgruppe samt en facebook venneprofil. 3.927 *københavnere* er enten blevet venner med eller medlem af VI KBH'R' kampagnen.

VI KBH'R' kampagnen har haft plakater på byens plakatsøjler i sammenlagt 19 *uger*, svarende til 133 *dage*.

Forankring

Forankring hos københavnere

21 % af københavnere angiver i 2009 og 2010, at de har kendskab til kampagnen. Herudover synes en større andel af deltagerne til kampagnens aktiviteter at have forudgående kendskab til kampagnen i 2010 i sammenligning med 2009. Kampagnen synes derfor i høj grad, at være forankret i københavnernes bevidsthed.

Forandring hos etniske minoriteter

I 2010 har etniske minoriteter et signifikant større kendskab til kampagnen i sammenligning med etnisk danskere. Det vidner om at kampagnens fokus på at nå ud til etniske minoriteter i høj grad har båret frugt.

Oplevelsen af fællesskab, tillid og indflydelse

VI KBH'R' kampagnesekretariatet overordnede målsætning har været at øge københavnernes oplevelse af fællesskab, tillid og indflydelse og dermed oplevelsen af inklusion. Spørgeskemaundersøgelser

foretaget i forbindelse med eventen, Byens Stemmer, viser, at en stor del af københavnernes har oplevet, at deltagelse i eventen har bidraget positivt til oplevelsen af fællesskab og indflydelse.

Det fremgår, at hhv. 49 % (i 2009) og 56 % (i 2010) har angivet, at deltagelse i Byens Stemmer i høj eller nogen grad har bidraget til oplevelsen af større fællesskab med andre ugen i København.

Desuden viser tallene fra undersøgelserne, at hhv. 74 % (i 2009) og 84 % (i 2010) tilkendegiver, at eventen i høj eller nogen grad har bidraget positivt til oplevelsen af et større fællesskab med egne klassekammerater.

Endvidere fremgår det af evalueringen af Byens Stemmer i 2010, at 67 % af deltagerne i undersøgelsen angiver, at de, via deltagelse i eventen, i høj eller nogen grad har fået mere viden om, hvordan de kan blande sig i byen og gøre deres indflydelse gældende. Endelig viser 2010 undersøgelsen, at 80 % af deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, i høj eller nogen grad, oplever at deltagelse i eventen har motiveret dem til at udtrykke deres mening og holdninger over for andre mennesker.

Anbefalinger

I forhold til kampagnesekretariatets events:

Inkluderende events:

Det anbefales, at der fortsat gøres en stor indsats for at få alle københavnere til at deltage i inklusionsaktiviteterne, således at byens borgere tager ansvar for integrationen og blandes på tværs af kulturel, etnisk, religiøs og sociale diversitet.

Stærke partnerskaber:

Det anbefales, at samarbejdet med eksterne aktører fortsat prioriteres og at der bygges videre på kampagnens velfungerende partnerskaber. Man kan med fordel fortsætte International Dag, Eid-festen og Byens Stemmer, da disse events er blevet videreudviklet over en årrække via inddragelse af samarbejdspartnere og stærke etablerede partnerskaber.

I forhold til kommunikation i byrummet:

Øge kendskabet til kampagnen:

Det anbefales, at kombinationen af forskellige medier, eksempelvis facebook og hjemmesiden, forsættes. Herudover bør der i højere grad laves koblinger til andre online-fora – eksempelvis andre hjemmesider (herunder www.kaerkoebenhavn.dk) og sociale platforme som Twitter mv. At linke til andre sider vil øge synligheden på sociale medier, uden at der skal udvikles nye kommunikative platforme.

Opfordre til involvering:

Det anbefales, at der fortsat føres en facebookstrategi, der fordrer interaktion mellem kampagne og borgere. Fremadrettet bør man i højere grad udnytte sociale mediers potentialer i forhold til at involvere borgerne i konceptudvikling samt i udviklingen af sproget, der bruges i forbindelse med aktiviteterne. Denne involvering vil øge ejerskabet til kampagneaktiviteterne.

I forhold til VI KBH'R' puljen:

Flere samarbejdspartnere:

Det anbefales, at puljemidlerne gøres mere fleksible i forhold til den dynamiske projektverden. Fremadrettet bør man derfor benytte procedurer med løbende ansøgningsfrist og dermed kort behandlingstid. Flere mindre projekter baseret på samarbejde med nye foreninger og institutioner, vil øge kampagnens partnerskabskreds.

Deltagelse fra alle ansøgningsberettigede:

Det anbefales, at puljerekningslinjer fortsat fordrer samarbejde mellem ansøgere, da det skaber lokal forankring. Man skal dog sikre, at samarbejdskravet ikke medfører færre ansøgninger fra ansøgningsberettigede parter som f.eks. boligforeninger og afdelingsbestyrelser.

Kapitel I – Kampagne aktiviteter

VI KBH'R' kampagnesekretariatet har igennem årene iværksat en del events og aktiviteter. Aktiviteterne har primært omhandlet emner som mangfoldighed, anerkendelse, tillid, indflydelse, inddragelse, synlighed etc. jf. bilag 1. Dette kapitel vil tegne et billede af kampagnesekretariatets aktiviteter med henblik på at give anbefalinger til, hvilke aktiviteter, der har opnået størst forankring og derfor med fordel kan fortsættes fremover.

Kampagne aktiviteter 2010

Kampagnesekretariatet har, i 2010, afholdt fem store arrangementer (Nytårskur, Kvindefest, International Dag, Blender og Byens Stemmer) og arrangeret aktiviteter for at gøre kampagnen synlig overfor unge Københavnerne. Grunden er, at Integrationsbarometer i 2009 viste, at unge i alderen 15-29 følte sig dårligt inkluderet i København. Kampagnesekretariatet valgte derfor i 2010 at fokusere på unge i alderen 14 -25, og i særlig grad ekskluderede unge. For at nå målgruppen har kampagnesekretariatet deltaget i ungemesser, arrangeret flashmobs, udgivet en VI KBH'R' sang og nedsat en VI KBH'R' ungeressourcegruppe med kendskab til ungemålgruppen.

De større aktiviteter, som kampagnesekretariatet har iværksat eller bidraget til, er følgende:

Nytårskur blev for andet år i træk afholdt i regi af VI KBH'R' i 2010. I 2009 afholdte VI KBH'R' en Orientalisk Nytårsfest på Rådhuspladsen i samarbejde med bl.a. Dansk Vietnamesisk forening, Den Kinesiske Erhvervsforening, Dansk Kinesisk forening, Filipino Association of Denmark etc. I 2010 afholdt VI KBH'R' kampagnen en mindre reception på Rådhuset, uden samarbejdspartnere, hvorfor kun 80 Københavnerne deltog.

Kvindefest blev for andet år i træk fejret, som markering af kvindernes internationale kampdag på Københavns Rådhus. Festen blev, ligesom året forinden, arrangeret i samarbejde med projektet Tavse Stemmer og inddrog desuden partnere, som Gazette, Ethniqa Magazine, Etniske Minoritetskvinders Råd og Tape Worm Management. Festen tiltrak ca. 750 københavnerne til festsalen og fik meget positiv feedback fra deltagerne.

"Vi er København" sangen blev lanceret i maj 2010 med henblik på at sprede kampagnens budskab om mangfoldighedens styrker, særligt blandt unge. Sangen blev hørt af 3090 personer på Youtube og blev præsenteret på The Voice TV af sangerne Kat Stephie og Alex Ambroso.

VI KBH'R' Ungeressourcegruppen blev nedsat i maj med henblik på at vejlede kampagnesekretariatet om, hvordan de unge gives indflydelse. Ungeressourcegruppen bestod af ressourcestærke unge med etniske minoritetsbaggrund, eventmagere og fagfolk, der arbejder med unge i de udsatte boligområder. VI KBH'R' ungeressourcegruppen var en videreførelse af den ressourcegruppe, der blev nedsat i 2008 for at bidrage til udbredelsen af kampagnens budskab samt at skabe ejerskab til kampagnen i Københavns bydele og i forskellige religiøse fællesskaber. Se medlemslisterne for de to ressourcegrupper i bilag 4.

Blender var en ungeevent, der blev skabt i samarbejde med VI KBH'R' Ungeressourcegruppen. Formålet med eventen var, at blande unge på tværs af byen og få de unge til at give visioner for integrationen i København i 2014. Det blev gjort igennem forskellige udtryksformer, som performance, dans, rap, gadefest, høvdingeboldt og paneldebat med deltagelse fra erhvervsliv, politi, Ny-Dansk Ungdomsråd og Beskæftigelses- og Integrationsborgmesteren. Blender blev afholdt i samarbejde med

DRs Koncerthus, Distortion, Ansvarlig Presse, Rap Moves, Dans I Nordvest og Fiction Pimps og blev besøgt af 650 unge.

International Dag har igennem 7 år fejret Københavns mangfoldighed, ved at samle traditioner, kunstnere og publikum med rødder i alle verdens kontinenter. International Dag har tidligere været placeret på Peblinge Dosseringen, hvor den primære aktivitet bestod i at give etniske foreninger mulighed for at præsentere deres arbejde. I 2010 indgik International Dag partnerskab med Wonderful Copenhagen og lancerede således en byfest med omkring 20.000 deltagende, hvilket er ca. dobbelt så mange, som de forgangne år.

Eid-festen, som markerer afslutningen på den muslimske Ramadan, startede i 2008 i regi af VI KBH'R', som en mindre reception på Københavns Rådhus. De seneste to år har Verdenskulturcenteret, med finansiering bl.a. fra VI KBH'R' puljen, båret fejringen videre og bragt den ud på de Københavnske pladser til glæde for flere tusinde Københavnerne. VI KBH'R' puljen støttede i 2010 Eid-festen med 150.000 kr. og bidrog selv til eventen, med en stand, hvor Københavnerne kunne give bidrag til Københavns integrationspolitik.

Byens Stemmer har over de seneste tre år udviklet sig fra at være en poesikonkurrence til at være en event, hvor 21 københavnske 8-klasser på byens tosprogede skoler, inviteres til at rappe om emner som f.eks. indflydelse og Stop Hadforbrydelser. Byens Stemmer afholdes i samarbejde med Ghetto Gourmet og Københavns folkeskoler. Byens Stemmer har oplevet stor efterspørgsel og eventen har indgået partnerskab med kampagnen Stop Hadforbrydelser for at sikre deltagelse fra 21 skoler i 2010. 1400 mennesker deltog i den afsluttende koncert på Store Vega, hvor de unge optrådte for venner og familie.

VI KBH'R' Kampagnesekretariatets aktiviteter 2010

Aktivitet	Antal besøgende	Tid
Informations møde om VI KBH'R' puljen	45	Januar
Nytårskur	80	Januar
Kvindefest	750	Marts
Mjølnerparkens Fritidsjobmesse	70	April
VI KBH'R' sang	3090	Juni
Ungemesse 2010	800	Juni
Ungeressourcegruppen Konstitueres	19	Juni
Sommercamp 2010 messe Tingbjerg	30	Juli
International Dag	20.000	August
Eid	3500	September
Byens rapper/ Blender flashmob	1002	September
Blender	650	September
Kulturnatten 2010	14.889	Oktober
Byens Stemmer	1400	December
I alt	46.325	

Kampagne aktiviteterne har i 2010 sat fokus på at blande byen, således at deltagerne kunne få mulighed for at møde københavnere, de normalt ikke omgås samt få mulighed for at forholde sig til byen. Indflydelse har været i fokus særligt ved International Dag, Eid-festen, Blender, Kulturnatten og Byens Stemmer, hvor byens borgere er blevet involveret i udviklingen af Københavns Kommunes Integrationspolitik på forskellig vis jf. bilag 1.

De tre mest succesfulde aktiviteter, kampagnesekretariatet har udviklet, er International Dag, Eid-festen og Byens Stemmer. De tre events har tiltrukket over tusinde københavnere og har etableret stabile partnerskaber og entusiastiske deltagere, hvilket kan sikre succes ved udførelsen også i de kommende år. Succesen skyldes bl.a. at de tre events er startet, som mindre events, der igennem årene har oplevet øget interesse fra samarbejdspartnere og eventdeltagere. De tre events rummer udviklingspotentialer, som er ved at blive realiseret i koblingen med nye og større partnere. Kendetegnende for de tre events er, at de har opnået en høj grad af forankring blandt såvel samarbejdspartnere som københavnere.

Kampagnesekretariatets samlede aktiviteter i perioden 2008, 2009 og 2010

Målgruppe

Sammenlagt har kampagnesekretariatet iværksat 40 aktiviteter i løbet af kampagnens levetid, som har involveret en bred skare af københavnere.

VI KBH'R' kampagnens målgruppe

Årstal	Antal events	Målgruppe
2008	12	Alle københavnere
2009	14	Alle københavnere, særligt ekskluderede unge.
2010	14	Primært unge i alderen 14- 25 år

I kampagnens første leveår var målgruppen alle københavnere. I 2009 begyndte Kampagnesekretariatet at rette fokus imod unge, som oplever eksklusion og i 2010 satte Kampagnesekretariatet fokus på unge i alderen 14 og 25 år. Ungemålgruppen har været godt repræsenteret i kampagneaktiviteterne alle tre år, idet 15 ud af de 40 afholdte events har været henvendt til unge. 7 ud af de 15 ungearrangementet, har været afholdt i 2010 jf. bilag 1.

Partnerskaber

VI KBH'R' kampagnen har i sit udgangspunkt været baseret på partnerskab, hvorfor der ved kampagnens opstart, blev etableret en ressourcegruppe med det formål at skabe lokalt ejerskab til kampagnen. Ressourcegruppekonceptet blev, som nævnt, genbrugt i 2010 for at knytte kampagnens aktiviteter til ungemålgruppen. Involvering af samarbejdspartnere samt etableringen af partnerskaber er centrale for kampagnens forankring både blandt borgere, institutioner og foreninger.

Kampagnesekretariatet har indgået partnerskaber, der har ført til etablerede samarbejde omkring events over årene. Partnerskaber forstås som samarbejdsrelationer, hvor private, offentlige og frivillige kræfter forenes om en fælles målsætning. Kampagnesekretariatet har igennem dens levetid bl.a. indgået følgende etablerede partnerskaber:

- Verdenskulturcenteret i afholdelsen af EID-festen.
- Tavse Stemmer i afholdelsen af kvindefesten.
- Ghetto Gourmet i afholdelsen af Byens Stemmer.
- Vega i afholdelse af Byens Stemmer.
- Stop Hadforbrydelser i afholdelsen af Blender og Byens Stemmer.
- Danmarks Radios Koncerthus i afholdelsen af Blender.
- Diskriminalitet i afholdelsen af Diskriminalitet og Blender.
- Wonderful Copenhagen i afholdelsen af International Dag.
- Institut for Menneskerettigheder i afholdelsen af bl.a. Diskriminalitet.

Generelt for kampagnen er, at den har involveret københavnere bredt i udarbejdelsen af aktiviteterne. Samarbejdspartnere som; unge, NGO'er, eventmagere, forskere, virksomheder, fagfolk, kulturhuse, nationale, etniske og religiøse foreninger har således været direkte involveret i planlægning, afholdelsen og evaluering af kampagnens aktiviteter. Se listen over samarbejdspartnere i bilag 2.

Anbefaling

Inkluderende events:

Det anbefales, at der fortsat gøres en stor indsats for at få alle Københavnerne til at deltage i inklusionsaktiviteterne, således at byens borgere tager ansvar for integrationen og blandes på tværs af kulturel, etnisk, religiøs og sociale diversitet.

Stærke partnerskaber:

Det anbefales, at samarbejdet med eksterne aktører fortsat prioriteres og at der bygges videre på kampagnens velfungerende partnerskaber. Man kan med fordel fortsætte International Dag, Eid-festen og Byens Stemmer, da disse events er blevet videreudviklet over en årrække via inddragelse af samarbejdspartnere og stærke etablerede partnerskaber

Kapitel II – Kommunikationsstrategi og kendskab til kampagnen

Et væsentligt kriterium for at en kampagne forankres er, at man har formået at synliggøre kampagnen og dennes aktiviteter og dermed øget borgernes samt partnernes kendskab til kampagnen. Dette kapitel samler op på dels kampagnens kommunikationsstrategi, dels københavnernes kendskab til kampagnen i perioden 2008-2010.

Kommunikationsstrategi 2010

Kampagnesekretariatets kommunikation har haft til formål dels at øge kendskabet til kampagnens aktiviteter, dels at opfordre til involvering. I perioden 2008-2010 er der afprøvet forskellige metoder med henblik på at synliggøre kampagnen og dennes aktiviteter. Det har omfattet: Busreklamer, plakatsøjler, hjemmeside med aktivitetskalender og blog-funktion, Facebook, trailer og video på Youtube, flash mobs, annonceringer, artikler i landsdækkende/lokal presse mv. Endvidere har kampagnesekretariatet i stigende grad kombineret forskellige metoder for dermed at synliggøre sine aktiviteter mest muligt. Eksempelvis gør kampagnen opmærksom på blogindlæg på hjemmesiden via facebook, eller bruger facebook til at gøre opmærksom på kampagnens plakater i byrummet eller trailer/videoer på Youtube, som er produceret af kampagnen.

Hvor kommunikationsstrategien i 2008 var mere afsøgende, arbejdede kampagnesekretariatet i 2009 i større udstrækning end i 2008 med synlighed gennem flere plakater, annoncer og lykønskninger. I 2008 og 2009 har kampagnesekretariatets kommunikationsmæssigt arbejdet dels med at øge fokuset på mangfoldighed og dels at rette fokuset på den enkeltes ansvar i forhold til integration.

I 2010 har kampagnesekretariatet, som nævnt, fokuseret på unge i alderen 14 -25 år. Denne indsnævring har fordret, at kampagnen i højere grad end de to forgangne år har arbejdet mere målrettet med at synliggøre sig på sociale medier, som facebook, og VI KBH'R' hjemmesiden. Målet har været, at kampagnens facebookprofil ikke kun skulle fungere som en envejskommunikation fra kampagnesekretariatet, men at den også skulle fungere som en kommunikativ platform københavnere i mellem. Kampagnesekretariatet har derfor oprettet en venneprofil på Facebook, der har erstattet VI KBH'R' gruppen. Hvor gruppe-applikationen på Facebook kun tillader en informationsaktivitet om kommende events o. lign. tilbyder venneprofilen en interaktion og dermed dialog mellem kampagnesekretariatet og københavnere. Københavnerne er dermed blevet opfordret til aktivt at bruge siden til at blande sig med hinanden bl.a. ved at skabe netværk og involvere sig i debatter, som kampagnesekretariatet igangsætter via ugentlige statusopdateringer

Kampagnesekretariatets kommunikationsaktiviteter i perioden 2008-2010

Tabellen forneden sammenligner et udvalg af kampagnesekretariatets kommunikationsaktiviteter i perioden 2008-2010. Det fremgår af tabellen, at kampagnen sammenlagt har været i 107 artikler i perioden 2008-2010 samt indgået i flere indslag i landsdækkende og lokalt tv. Kampagnen har dog fået mest pressedækning i 2008, hvorefter pressedækningen har været aftagende de resterende år.

VI KBH'R' kampagnesekretariatets kommunikationsaktiviteter 2008, 2009 og 2010.

	2008	2009	2010
Pressedækning	<ul style="list-style-type: none"> • 37 artikler i landsdækkende/lokal presse • 5 artikler i magasiner • Indslag i TV2lorry og P4 radio. 	<ul style="list-style-type: none"> • 33 artikler i landsdækkende/lokal presse • 2 indslag i landsdækkende tv og 3 indslag i lokalt tv. 	<ul style="list-style-type: none"> • 26 artikler i landsdækkende/lokal presse • 4 artikler i magasiner • Indslag i TV2lorry og The Voice radio.
Besøgende på hjemmesiden	4300	9083 I perioden 01/01-2009 - 31/12-2009	12545 I perioden 01/01-2010 - 31/12-2010
Facebook	1173 medlemmer af VI KBH'R' gruppen	609 nye medlemmer af VI KBH'R' gruppen	2145 nye venner
Plakatsøjler	Uge 34, 35, 45 & 50	Uge 5, 12, 23, 26, 27, 34, 36 & 48	Uge 4, 10, 18, 34, 36, 37 & 48

Forklaringen på denne udvikling er en kombination af, at kampagnesekretariatet for det første har arbejdet mere målrettet på at synliggøre sig på sociale medier, for dermed i højere grad at nå ud til unge københavnere. For det andet er kampagnens mediemæssige aktualitetsværdi aftagende med årene efter den blev opstartet. Taget ovenstående i betragtning er det ganske positivt, at kampagnen har fået så meget mediedækning i 2010.

Endvidere fremgår det af tabellen, at der med årene er en stigning i antallet af nye besøgende på kampagnens hjemmeside. Samme positive udvikling gør sig gældende på Facebook. Her er det bemærkelsesværdigt, at kampagnen i 2010 har fået 3,5 gange så mange nye venner sammenlignet med antallet af nye medlemmer af VI KBH'R' gruppen i 2009. Denne udvikling viser, at kampagnesekretariatets målrettede fokus på synliggørelse på sociale medier i høj grad har båret frugt. Endelig fremgår det af tabellen, at kampagnen har haft plakater på byens plakatsøjler i sammenlagt 19 uger, svarende til 133 dage.

Udvikling af kampagnens grafiske identitet og kendskabet til kampagnen

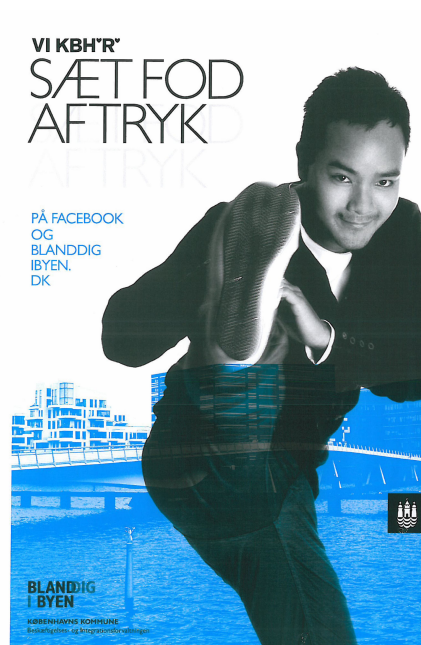
Grafisk identitet

I starten af 2010 gennemgik VI KBH'R' kampagnen et væsentligt identitetsskift. Nedenstående to billeder viser, hvordan kampagnens kommunikationsmateriale i form af flyers og plakater typisk så ud i henholdsvis 2008, 2009 og 2010.

2008-2009



2010



Ovenstående to plakater illustrerer tydeligt kampagnens identitetsskifte. For det første er kampagnens slogan i perioden 2008-2009, "oplevels forskellighed", udskiftet med "Bland Dig I Byen" i 2010. For det andet er "VI KBH'R" teksten skrevet med mindre bogstaver og dermed mindre fremhævet i 2010 sammenlignet med 2008-2009. Endelig indgår kampagnens kendetegn, mangfoldighedsbyvåbnet, ikke længere som baggrund på flyers og plakater i 2010. Det hænger sammen med, at kampagnen i 2010 har større fokus på inddragelse og indflydelse frem for mangfoldighed.

Dette identitetsskifte har også medført designmæssige ændringer af kampagnens hjemmeside ligesom hjemmesidens domænenavn er ændret fra www.oplevelsforskellighed.dk til www.blanddigbyen.dk. Se flere eksempler på den grafiske identitet i bilag 6.

Kendskab og synlighed

Trods identitetsskiftet har kampagnen formået at fange og vedholde københavnernes opmærksomhed. I 2009 fik kampagnesekretariatet tilføjet et spørgsmål, der måler københavnernes kendskab til kampagnen, på kommunens årlige integrations-survey. Tabellen forneden viser udviklingen i kampagnens synlighed samt kendskabet til kampagnen blandt københavnerne.

Kendskab til VI KBH'R' Kampagnen

	Etniske minoriteter	Etniske danskere	Gennemsnit
2009	21 %	21 %	21 %
2010	24 %	19 %	21 %

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse, N= 2149. NB. I 2008 blev der ikke spurgt til københavnernes kendskab til VI KBH'R' kampagnen. Tallene skrevet med fede bogstaver markerer, at der er en signifikant forskel mellem tallene.

Af tabellen fremgår det, at der ikke er sket en udvikling i synligheden af og kendskabet til kampagnen i perioden 2009-2010. Samme andel af de adspurgte københavnere, 21 %, angiver i 2009 og 2010, at de har hørt om eller set VI KBH'R' kampagnen. Det er således positivt, at københavnernes kendskab til kampagnen er uændret til trods for identitetsskiftet. Det vidner om, at kampagnen i høj grad er forankret i en stor del af københavnernes bevidsthed, og at man med kampagnen har opbygget et fundament, som der kan bygges videre på i fremtiden.

Endvidere fremgår det af ovenstående tabel, at etniske minoriteter, i 2010, har et signifikant større kendskab til kampagnen i sammenligning med etnisk danskere. 24% af respondenter med etnisk minoritetsbaggrund angiver, at de har kendskab til kampagnen, mens tilsvarende gør sig gældende blandt 19% af de etnisk danske respondenter. Disse tal indikerer, at kampagnen i 2010 har været bedre til at nå ud til personer med etnisk minoritetsbaggrund i sammenligning med 2009. Denne udvikling er meget positiv, eftersom seneste målinger i integrationsbarometeret viser, at netop etniske minoriteter føler sig mindre inkluderet end etnisk danskere.

For at få klarhed over, hvor københavnere har hørt om eller set kampagnen blev der i forbindelse med en spørgeskemaundersøgelse, blandt deltagerne af Kvinde Festen i 2010, indarbejdet følgende spørgsmål: *Hvor har du hørt om eller set VI KBH'R' kampagnen?* Tabellen forneden viser deltagerens svar på spørgsmålet.

Kendskab til VI KBH'R' Kampagnens aktiviteter

Hvor har du hørt om eller set VI KBH'R kampagnen

1. Via plakater i byen
2. Via andre VI KBH'R' arrangementer
3. Via Facebook
4. Via VI KBH'R' hjemmesiden
5. Via venner/ familie

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse fra Kvinde Festen 2010, N=51.

Af tabellen fremgår det, at de fleste deltagere havde hørt om eller set kampagnen via plakater i byen, efterfulgt af andre VI KBH'R' arrangementer, Facebook, VI KBH'R' hjemmesiden og endelig via venner og familier.

Anbefaling

Øge kendskabet til kampagnen:

Det anbefales, at kombinationen af forskellige medier, eksempelvis facebook og hjemmesiden, forsættes. Herudover bør der i højere grad laves koblinger til andre online-fora – eksempelvis andre hjemmesider (herunder www.kaerkoebenhavn.dk) og sociale platforme som Twitter mv. At linke

til andre sider vil øge synligheden på sociale medier, uden at der skal udvikles nye kommunikative platforme.

Opfordre til involvering:

Det anbefales, at der forsat føres en facebookstrategi, der fordrer interaktion mellem kampagne og borgere. Fremadrettet bør man i højere grad udnytte sociale mediers potentialer i forhold til at involvere borgerne i konceptudvikling samt i udviklingen af sproget, der bruges i forbindelse med aktiviteterne. Denne involvering vil øge ejerskabet til kampagneaktiviteterne.

Kapitel III – Resultater

Dette kapitel vil sætte fokus på de resultater kampagnesekretariatet har nået i 2010, hvor den primære målsætning var at udvikle nye metoder til involvering af unge i alderen 14-25 år. Efterfølgende vil kapitlet samle op på de resultater kampagnesekretariatet nået igennem kampagnens treårige levetid.

Resultater 2010

I 2010 har kampagnen arbejdet ud fra målsætninger om, at udvikle metoder til involvering og deltagelse samt øget fokus på unge i aldersgruppen 14 – 25 år.

Metoder til involvering og deltagelse

Allerede i 2009 udviklede kampagnen en blog-funktion på hjemmesiden, som gav københavnernes mulighed for at involvere sig på sociale medier via blogindlæg. I 2009 var der samlet 252 indlæg på hjemmesidens blog, hvor fælles for alle indlæg var, at temaerne og indholdet cirkulerede omkring at sætte sprog på og opfordre til mangfoldighed. Jævnført afsnittet om kommunikationsstrategi intensiverede kampagnen i 2010 kommunikationen med og rekrutteringen af unge på facebook. Oprettelsen af venneprofilen i 2010 har medført en større interaktion og dialog mellem kampagnesekretariatet og de 2145 nye venner, som kampagnesekretariatet har rekrutteret i løbet af året.

Herudover har kampagnen intensiveret kombinationen af forskellige medier for blandt andet at sikre en større involvering af københavnernes. For eksempel har kampagnen linket VI KBH'R' facebookprofilen med bloggen, blanddigibyen.dk, og har i forbindelse med kampagnens aktiviteter givet byens borgere stemme i forhold til kommunens inklusionsindsats og integrationspolitik. Kampagnens aktiviteter har således jf. nedenstående tabel bidraget med 116 blogindlæg til høringen af integrationspolitikken på www.blanddigibyen.dk. Temaerne og indholdet af disse indlæg fokuserer primært på politisk inddragelse og involvering samt, hvilke politiske mål og indsatser København skal vægte i perioden 2010-2014.

VI KBH'R' Kampagnens blog aktiviteter 2009-2010

Event	Blog aktiviteter 2009	Blog aktiviteter 2010
International Dag		19
Eid-fest	77	20
Blender		22
Kulturnat		55
Kvindefest		38
Ungemesse	58	
KBH	63	
DHL	54	
I alt	252	154

Endvidere har etableringen af ungeressourcegruppen samt adgang til gruppens brede netværk medført, at kampagnesekretariatet kunne nå ud til og rekruttere flere unge københavnere til kampagnens aktiviteter. Inddragelsen af og sparringen med ungeressourcegruppen resulterede i at eventen Blender formåede at tiltrække 650 unge fra de mest udsatte boligområder i København.

Endelig har kampagnen, i sammenligning med de øvrige år, igangsat flere aktiviteter i 2010 med det primære formål at opfordre til involvering. Knap halvdelen af de 14 kampagneaktiviteter, som har omhandlet inddragelse af københavnernes i byens udvikling, er afholdt i 2010 jf. bilag 1.

Fokus på ungemålgruppen

Generelt har ungemålgruppen været godt repræsenteret i kampagneaktiviteterne alle tre år. En optælling viser, at 15 ud af de samlede 40 aktiviteter, som kampagnesekretariatet har afholdt, primært har henvendt sig til unge. Dog har kampagnesekretariatet intensiveret sit fokus på ungemålgruppen i 2010, hvilket fremgår af kommunikationsstrategien og etableringen af ungeressourcegruppen. Ud af de samlede 15 aktiviteter, som i perioden 2008-2010 har henvendt sig til unge, har godt halvdelen af disse, 7 aktiviteter, været afholdt i 2010. Det vidner om, at kampagnesekretariatet i høj grad har levet op til målsætningen om at nå de unge.

Kampagnens samlede resultater i perioden 2008-2010

Deltagelse

Overordnet set har 150.777 københavnere besøgt eller deltaget i kampagnens 40 events i perioden 2008-2010. I 2008 var antallet af deltagere højere end de øvrige år, da kampagnesekretariatet, jf. bilag 1, iværksatte forskellige udstillingsaktiviteter i 2008, som hver især tiltrak et stort antal deltagere. Ellers er antallet af deltagere/besøgene steget fra 2009 til 2010.

VI KBH'R' events og deltagere i 2008-2009-2010.

Årstal	Antal events	Antal besøgende
2008	12	66.038
2009	14	38.408
2010	14	46.431

Endvidere viser en survey gennemført blandt deltagerne til Kvindefest i hhv. 2009 og 2010, at en større andel af deltagerne til Kvindefesten i 2010 havde forudgående kendskab til kampagnen i sammenligning med deltagerne i 2009. Til Kvindefesten i 2009 tilkendegav 32% af de adspurgte, at de havde forudgående kendskab til kampagnen, mens 82% svarede ja til det tilsvarende spørgsmål i 2010.

Det stigende deltager antal samt det øgede kendskab til kampagnens aktiviteter vidner om, at kampagnen har opnået større forankring blandt partnere og deltagende Københavnerne igennem de 3 år.

Samarbejdspartnere og Partnerskaber

Kampagnesekretariatet har, som nævnt, haft fokus på samarbejde og partnerskaber igennem de tre år, den har eksisteret. Samarbejdsrelationen har været et centralt element i forankringen af kampagnen, idet de bidragende foreninger, virksomheder, forskningsinstitutioner etc. har sikret bred opbakning fra målgruppen i alle Købehavns bydele samt på tværs af etnicitet, religion, seksualitet etc.

Kampagnesekretariatet har etableret 2 ressourcegrupper, 9 etableret partnerskaber samt involveret 186 forskellige samarbejdspartnere i udførelsen af kampagneaktiviteterne.

Resultater i for hold til oplevelsen af Inklusion

VI KBH'R' kampagnen har siden 2008 fokuseret på inklusionsdimensionerne fællesskab, tillid og indflydelse. Målinger af den individuelle oplevelse af fællesskab og indflydelse er blevet foretaget i forbindelse med eventen, Byens Stemmer, i hhv. 2009 og 2010.

Da tillid vanskeligt lader sig operationalisere entydigt, har man valgt ikke at afdække denne dimension i undersøgelserne. Det har derfor ikke været muligt at foretage målinger på denne dimension. Spørgeskemaundersøgelserne kan vise, i hvilken grad københavnere oplever, at kampagnens aktiviteter bidrager til følelsen af fællesskab og indflydelse.

Fællesskab:

I 2009 viste evalueringen af Byens Stemmer, at 49% af deltagerne, som besvarede spørgeskemaundersøgelsen, tilkendegav at eventen i høj eller nogen grad bidrog til oplevelsen af større fællesskab med andre unge i København. I 2010 undersøgelsen er det derimod 56%, der tilkendegiver det samme. Endvidere viste evalueringen af Byens Stemmer i 2009, at 74% af deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen tilkendegav, at eventen i høj eller nogen grad bidrog til oplevelsen af et større fællesskab med egne klassekammerater. I 2010 undersøgelsen er det 84%, der tilkendegiver det samme.

Indflydelse:

Spørgsmålet om hvorvidt eventen bidrager til indflydelse indgår kun i 2010 undersøgelsen. Her viser tallene fra surveyundersøgelsen, at 67% af deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen oplever, at de via deltagelse i Byens Stemmer i høj eller nogen grad har fået mere viden om, hvordan de kan blande sig i byen og gøre deres indflydelse gældende. Desuden viser undersøgelsen, at 80% af deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen i høj eller nogen grad oplever, at deltagelsen i Byens Stemmer har motiveret dem til at udtrykke deres mening og holdninger over for andre mennesker.

Overordnet peger resultaterne fra survey-undersøgelserne på, at en stor del af københavnere i 2008 og 2009 har oplevet, at deltagelse i Byens Stemmer har bidraget positivt til dels følelsen af fællesskab med andre københavnere, dels følelsen af indflydelse. På den baggrund er det således rimeligt at konkludere, at kampagnens events har bidraget positivt til kampagnens overordnede målsætning om at øge oplevelsen af inklusion blandt byens borgere.

Kapitel IV- Evaluering af Puljen

Ud over aktivitetssporet har kampagnen oprettet VI KBH'R' puljen, der har haft til formål at støtte lokale initiativer, som fejrer og markerer mangfoldighed samt opfordrer til involvering og deltagelse. I dette afsnit sammenholdes puljens aktiviteter i perioden 2008-2010. Herudover præsenteres en tilfredshedsundersøgelse, der er gennemført blandt projektansøgerne. Afsnittet afsluttes med anbefalinger til fremtidig håndtering af Bland Dig i Byen puljen.

Projekter

Af tabellen nedenfor fremgår antallet af projekter og puljens økonomiske resultater for hhv. 2008, 2009 og 2010.

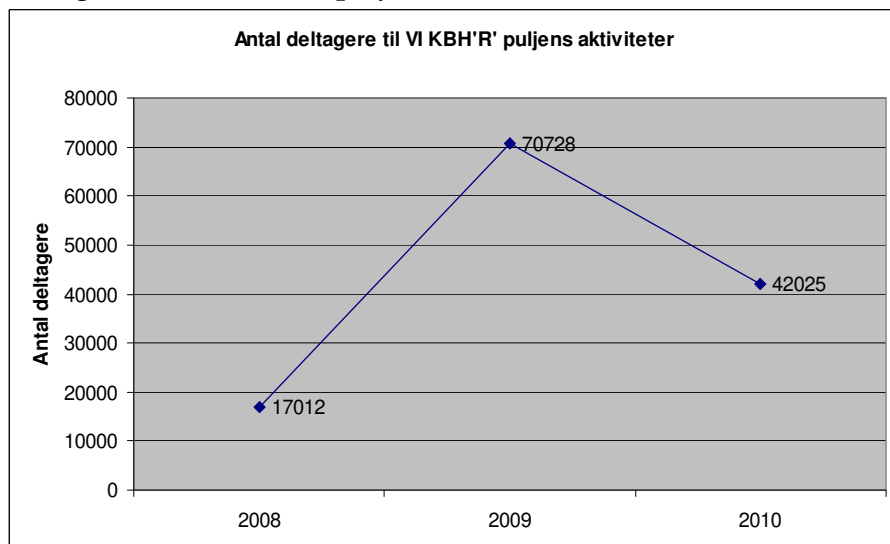
VI KBH'R' puljens resultater i 2008, 2009 og 2010

Bevillinger gennem VI KBH'R' puljen	Bevillinger under 30.000 kr.	Bevillinger over 30.000 kr.
2008		
Antal projekter	27	4
Forbrug i kr.	491.477	228.577
VI KBH'R' puljens forbrug i alt	720.054 kr.	
Restbeløb i alt	279.946 kr.	
2009		
Antal projekter	36	13
Forbrug i kr.	657.286 kr.	576.807 kr.
Vi KBH'R' puljens forbrug i alt	1.234.093 kr.	
Restbeløb i alt	265.907 kr.	
2010		
Antal projekter	22	8
Forbrug i kr.	493.940 kr.	459.852 kr.
VI KBH'R' puljens forbrug i alt	953.792 kr.	
Restbeløb i alt	46.208 kr.	

Af tabellen fremgår det, at 2009 var det år, hvor puljen støttede flest projekter. I 2009 støttede puljen 49 projekter, mens 31 og 30 projekter fik støtte fra puljen i hhv. 2008 og 2010. At puljen kunne støtte så stort et antal projekter i 2009 skyldes for det første, at den havde en større økonomisk ramme det pågældende år. Puljen for ansøgninger under 30.000 kr. fik tilført 300.000 kr. ekstra, mens puljen for ansøgninger over 30.000 fik tilført 200.000 kr. ekstra. For det andet blev der i 2009 givet flere små bevillinger, dvs. bevillinger under 30.000 kr. i sammenligning med de øvrige år.

Figuren nedenfor viser det samlede antal deltagere til puljens aktiviteter i hhv. 2008, 2009 og 2010. Af figuren fremgår det, at 17.012 borgere overværede eller deltog i puljens aktiviteter i 2008. I 2009 er tallet op på 70.728 borgere, mens 42.025 borgere besøgte puljens aktiviteter i 2010. De mange deltagere i 2009 skyldes et udstillingsprojekt, som efter puljeansøgers beretninger tiltrak ca. 20.000 borgere. Dette høje estimat booster derfor den samlede opgørelse for 2009. Disse høje deltagerantal vidner om, at puljen har været et godt redskab til at udbrede VI KBH'R' kampagnens budskaber til københavnere.

Deltagere til VI KBH'R' puljens aktiviteter



Hvad angår den geografiske spredning af puljens aktiviteter fremgår det af nedenstående tabel, at de fleste af puljens aktiviteter i perioden 2008-2010 er afholdt på Nørrebro. Forklaringen herpå er, at Verdenskulturcentret er den største projektansøger til puljen jf. bilag 3. Verdenskulturcentret er beliggende på Nørrebro og har tilknyttet 250 etniske foreninger og organisationer på tværs af Københavns bydele. Verdenskulturcentrets indgår ofte i samarbejde med de tilknyttede foreninger og i den forbindelse bliver Verdenskulturcentrets lokaliteter på Nørrebro ofte benyttet ved afholdelsen af projekter.

Puljeaktiviteternes geografiske spredning

Bydel	Antal aktiviteter
2008	
Nørrebro	12
Amager	7
Vesterbro/Kgs. Enghave	5
Indre by	4
Valby	3
Bispebjerg	3
Husum-Brønshøj	1
Østerbro	0
Vanløse	0
2009	
Nørrebro	23
Indre By	7
Amager	5
Islands Brygge	4
Kgs.Enghave/Sydhavnen	3
Valby	2
Vanløse	2
Vesterbro	2
Østerbro	2
Bispebjerg	2

2010	
Nørrebro	13
Indre By	5
Amager	4
Vesterbro	3
Kgs. Enghave/Sydhavnen	3
Islands Brygge	3
København	2
Valby	1
Tingbjerg	1

Ansøgningsprocessen og generel tilfredshed med puljen

Ansøgnings- og evalueringsskemaerne

For at undersøge projektansøgenes tilfredshed med puljen, har vi gennemført en survey-undersøgelse blandt de projektansøgere, som i perioden 2008-2010 har fået tilkendt støtte fra puljen. Svarprocenten er på 29% (17 respondenter), men en frafaldanalyse giver ikke anledning til tro, at der er en systematik i frafaldet.

En gennemgang af projektansøgenes svar viser, at hovedparten af projektansøgerne – 10 ud af 17 – forholder sig positivt til ansøgnings- og evalueringsskemaerne. De påpeger, at ansøgnings- og evalueringsskemaerne har været nemme at udfylde. Herudover nævner flere, at især evalueringsskemaet er relevant, da man med udfyldelsen af skemaet får et billede af projektets forløb. De projektansøgere, som har forholdt sig negativt til ansøgnings- og evalueringsskemaerne påpeger især, at skemaerne har været for detaljerede og nogle steder overlappende. Herudover peger nogle projektansøgere på, at sproget i skemaerne er kompliceret og svært at forstå.

Retningslinjer

I efteråret 2008 blev ansøgningskravene indskærpet til, at ansøgerne skal opfylde følgende fire retningslinjer for at komme i betragtning til tilskud fra puljen:

- Aktiviteter, der synliggør at København er en mangfoldig by
- Aktiviteter, der baseres på et tværkulturelt samarbejde
- Aktiviteter, der er lokalt forankret via inddragelse af andre lokale aktører end projektansøgeren
- Aktiviteter, der er åbne for alle byens borgere

I survey-undersøgelsen er projektansøgerne adspurgt om, hvad der har været hhv. positivt eller negativt ved af følge retningslinjerne.

Størstedelen af respondenterne – 12 ud af 17 - forholder sig positivt til retningslinjerne. Her nævner flere respondenter, at retningslinjerne har bevirket, at der i højere grad er kommet fokus på mangfoldighed i projekternes aktiviteter. Herudover har flere respondenter vurderet kravet om tværkulturelt samarbejde positivt, da det jf. citatet forinden skaber en større sammenhæng mellem projektet og det omgivende samfund.

"At skulle forholde sig systematik til kriterierne har været en udfordring i forhold til at se projektet i sammenhæng med det omgivende samfund. Dette har bevirket en dynamisk proces." (Citat fra en respondent)

De respondenter, som har forholdt sig negativt til ovenstående retningslinjer påpeger, at især detaljeringsgraden er for stor. Herudover peger nogle respondenter på, at kravet om at aktiviteterne skal være åbne for alle har været en udfordring.

Tilfredshed med rådgivning

Generelt er projektansøgerne tilfredse med den rådgivning, de har fået. 12 ud af 17 projektansøgere angiver, at de i hhv. meget høj grad og høj grad er tilfredse med den information de har fået på kampagens hjemmeside. Endvidere påpeger 6 projektansøgere, at de i hhv. meget høj grad og høj grad er tilfreds med den information de har fået på infomødet mens de resterende angiver, at de i nogen grad er tilfreds med den information de har fået på infomødet. Endelig angiver hele 16 ud af 17 projektansøgere, at de i hhv. meget høj grad og høj grad er tilfreds med den personlige rådgivning de har fået via telefonen eller e-mail.

Der er generelt tilfredshed med puljens ansøgningskema og administration. Foreninger har dog rejst kritik af kravet om samarbejde med Kommunens institutioner da det besværliggør ansøgningsprocessen for foreninger. Kravet blev indført i retningslinjerne for at øge kendskabet til og samarbejdet mellem kommunens kulturhuse, afdelingsbestyrelser, boligforeninger og den frivillige verden. Dog har puljeadministrationen erfaret, at der generelt har været få ansøgninger fra afdelingsbestyrelser og boligselskaber, til trods for at disse parter er ansøgningsberettigede.

Anbefalinger

Flere samarbejdspartnere:

Det anbefales, at puljemidlerne gøres mere fleksible i forhold til den dynamiske projektverden. Fremadrettet bør man derfor benytte procedurer med løbende ansøgningsfrist og dermed kort behandlingstid. Flere mindre projekter baseret på samarbejde med nye foreninger og institutioner, vil øge kampagnens partnerskabskreds.

Deltagelse fra alle ansøgningsberettigede:

Det anbefales, at puljeretningslinjer fortsat fordrer samarbejde mellem ansøgere, da det skaber lokal forankring. Man skal dog sikre, at samarbejdskravet ikke medfører færre ansøgninger fra ansøgningsberettigede parter som f.eks. boligforeninger og afdelingsbestyrelser.

Bilag

Bilag 1 – Afholdte aktiviteter og antal besøgende i hhv. 2008, 2009 og 2010.

VI KBH'R' sekretariatets aktiviteter 2008

Aktivitet	Tidspunkt	Tema og formål	Målgruppe	Antal deltagere/ besøgende
Informationsmøde om VI KBH'R' puljen	Februar	Kampagnens synlighed: Informationsmøde om puljen	Kulturhuse, boligselskaber, kulturinstitutioner, foreninger	47
Inklusionsseminar	Maj	Kampagnens synlighed: 1. Præsentation af VI KBH'R' kampagnen. 2. Få input fra deltagerne om hvordan inklusion styrkes i København	Personligt inviterede fagfolk, herunder bl.a. kulturhuse, ansatte i KK, interesseorganisationer, forskere, boligselskaber og konsulentfirmaer.	80
Åbningsreception	Maj	Kampagnens Synlighed: 1. Lancering af VI KBH'R' kampagnen og Poesikonkurrencen. 2. Skabe kontakt til kulturhusene.	Unge københavnere, herunder unge i udsatte boligområder, kulturhusene i København	250
Medborgerskabsdag	Juni	Mangfoldighed/ fejring: Lykønskning til københavnere, som har opnået dansk statsborgerskab	For de københavnere, der i det forgangne år har fået dansk statsborgerskab og som pr. 31.12.2008 er fyldt 18 år.	75
Poesikonkurrence	Juni-december	Indflydelse/ Fællesskab: 1. Involvere unge københavnere i VI KBH'R' kampagnen ved at sætte ord på fællesskab og identitet. 2. Bevidstgøre de unge om byens mangfoldighed.	Unge københavnere mellem 12-22 år	190
International Dag	August	Mangfoldighed: 1. Eksponere København som en international by. 2. Mødeforum for frivillige etniske foreninger. 3. Skabe rammerne for, at københavnere mødes på tværs af forskelligheder.	Etniske og nationale foreninger i København, Ambassader samt borgere i København.	10.000*
Dialogbænke	September - marts	Kampagnens synlighed og partnerskaber: 1. Udbrede budskabet om at dialog skaber inklusion 2. Inddragelse af virksomheder i kampagnen	1. Virksomheder med arbejdspladser i København 2. Alle københavnere	Mangler data
Fremtidstræf og sponsorfrokost	September	Indflydelse: 1. Dialog mellem unge københavnere og	1. Unge københavnere (18-29 år) disse blev rekrutteret gennem jobcenteret i Skelbækgade	358

* Tallet er korrigeret i forhold til evaluering af 2008. I evaluering var det estimerede deltagerantal 40.000, hvilket efterfølgende er revideret til 10.000 deltagere.

		virksomheder og uddannelsesinstitutioner om job og fremtidsmuligheder på arbejdsmarkedet. 2. Formidling af jobs. 3. Lanceringen af dialogbænkene og afholdelse af sponsorfrokost.	2. Virksomheder som søger arbejdskraft, disse blev bl.a. rekrutteret blandt dialogbænke sponsorerne.	
E id-reception	Oktober	Mangfoldighed/ anerkendels: Fejring af afslutningen på den muslimske Ramadan.	Repræsentanter fra muslimske og ikke-muslimske foreninger/sammenslutninger og ambassader	110
VI KBH'R' Cup	Oktober	Fællesskab: Aktivere unge københavnere i skolernes ferieperioder, for at undgå øget hærværk og kriminalitet.	Unge fra alle dele af København i aldersgruppen 9 – 17 år.	828
Den perfekte familie	November-januar	Mangfoldighed: Kombineret foto og poesiudstilling. Udstillingen syneliggør mangfoldighedens positive betydning for byen.	1. Deltagerne fra poesikonkurrencen. 2. Alle københavnere som bruger DGI byens faciliteter.	54.000
Inklusion 08	December	Fællesskab: 1. Åbningsarrangement for fejring af 60 året for FNs Verdenserklæring om menneskerettighederne 2. Lancering af vinderen af Poesikonkurrencen	Humanitære organisationer, NGO'er, ministerier, kulturinstitutioner, teatre, musikskoler, fagforbund, gymnasieklasser.	100
Deltagere i alt				66.038

VI KBH'R' sekretariatets aktiviteter 2009

Aktivitet	Tidspunkt	Tema og formål	Målgruppe	Antal deltagere/ besøgende
Informationsmøde om VI KBH'R' puljen	Januar	Kampagnens synlighed: Informationsmøde om puljen og mulighederne for at søge midler fra denne	Kulturhuse, boligselskaber, kulturinstitutioner, foreninger	70
Orientalisk Nytår	januar	Mangfoldighed: Anerkende asiatiske traditioner.	Københavnere	700
VI KBH'R' vintercup	Februar	Fællesskab: Aktivere unge københavnere i skolernes ferieperioder, for at undgå øget hærværk og kriminalitet.	Unge fra alle dele af København i aldersgruppen 9 – 17 år.	500
Kvindefest	Marts	Fællesskab: Markering af kvinders internationale kampdag.	Kvinder i alderen 18-60 år	655
Påske og Pesach	April	Mangfoldighed: Lykønskning af kristen og jødisk påske.	Københavnere over 18 år.	23
Nyt Liv	Maj-juni	Fællesskab/ mangfoldighed Udbrede viden om hinandens religion, kultur og etnicitet gennem dialog om hvordan nyt liv fejres.	1. familier i Tingbjerg. 2. frontmedarbejdere, jordmødre, sundhedsplejersker, lærer og pædagoger og integrationskonsulenter. 3. besøgende i sundhedshuse, biblioteker, rigshospital m.fl.	70
Medborgerskabsdag	Juni	Mangfoldighed/ fejring: Lykønskning til københavnere, som har opnået dansk statsborgerskab	Københavnere, som har opnået dansk statsborgerskab.	170
Diskriminalitet	Juni	Indflydelse: Fokus på diskrimination i nattelivet.	Unge københavnere med etnisk minoritetsbaggrund i alderen 15-29 år.	600
International Dag	August	Mangfoldighed: 1. Eksponere København som en international by. 2. Mødeforum for frivillige etniske foreninger. 3. Skabe rammerne for, at københavnere mødes på tværs af forskelligheder.	Etniske og nationale foreninger i København, Ambassader samt borgere i København.	10.000
VI KBH'R' løber DHL	August	Kampagnens Synlighed: Udbredelse af kendskabet til kampagnen blandt kommunens ansatte.	Københavns Kommunes ansatte	50
EID- fest	September	Mangfoldighed/ anerkendels: Fejring af afslutningen på den muslimske Ramadan.	Københavnere	10.000

Ungemesse	Oktober	Indflydelse: Anerkende unge københavnere ved at sige der er brug for dem og opfordre dem til at deltage aktivt i samfundet.	Unge københavnere i alderen 11 til 18 på Nørrebro.	150
Kulturnatten	Oktober	Kampagnens synlighed: Skabe dialog med københavnere om, hvordan Klimaet kan forbedres.	Københavnere	15.000
Byens Stemmer	Oktober-november	Fællesskab og Identitet: Fremme fællesskabsfølelsen blandt unge i København på tværs af religion, kultur og etnicitet samt styrke københavnere identiteten blandt de unge.	8. klasser i København	420
I alt				38.408

VI KBH'R' sekretariatets aktiviteter 2010

Aktivitet	Tidspunkt	Tema og formål	Målgruppe	Antal deltagere/ besøgende
Informationsmøde om VI KBH'R' puljen	Januar	Kampagnens synlighed: Informationsmøde om puljen og mulighederne for at søge midler fra denne	Kulturhuse, boligselskaber, kulturinstitutioner, foreninger	45
Nytårskur	Januar	Fællesskab/ mangfoldighed: Skabe dialog mellem københavnere om forskellige måder at fejre nytår på, på tværs af religiøse, kulturelle og etniske forskelle/ligheder. Fremme fællesskabsfølelsen blandt københavnere ved at gøre nytårsfejringen til et samlingspunkt.	Alle Københavnerne	80
Kvindefest	Marts	Fællesskab: Markering af kvinders internationale kampdag.	Alle Københavnerne	750
Mjølnerparkens fritidsjobsmesse	April	Kampagnens synlighed for ungemålgruppen.	Unge i alderen 14-25	70
VI KBH'R' Sang	Maj	Kampagnens synlighed for ungemålgruppen. Udbrede kampagnens budskaber.	Unge i alderen 14-25	3115
Ungemesse Valby	Juni	Kampagnens synlighed for ungemålgruppen.	Unge i alderen 14-25	800
SummerCamp messe Tingbjerg	Juli	Kampagnens synlighed for ungemålgruppen.	Unge i alderen 14-25	30
International Dag	August	Indflydelse/ mangfoldighed 1. Københavns borgere giver input til Integrationspolitikken. 2. Eksponere København som en international by, der rummer mange forskellige etniske grupper. 2. Mødeforum for frivillige etniske foreninger, organisationer og ambassader 3. Skabe rammerne for, at københavnere mødes på tværs af forskelligheder og udveksler historier, mad, musik etc.	Alle Københavnerne	20.000
Byens Rapper	August	Indflydelse: Flashmob for VI KBH'R' Blender, hvor unge giver visioner for fremtidens København,	Unge i alderen 14-25	1002
EID-fest	september	Mangfoldighed/ Indflydelse: Fejring af afslutningen på den muslimske Ramadan. Københavns borgere giver input til Integrationspolitikken.	Alle Københavnerne	3500
Blender	September	Indflydelse: Unge københavnere går i dialog om Københavns fremtid og giver deres vision	Unge i alderen 14-25	650

Kulturnatten	Oktober	for København. Indflydelse/ kampagnens synlighed: Københavnere bidrager med visioner for København	Alle Københavnerne	14889
Byens stemmer	November-december	Indflydelse / hadforbrydelser: Unge Københavner skaber lyrik vedr. hadforbrydelser o	Unge i alderen 14- 16	1500
I alt				46.431

Bilag 2 – Liste over samarbejdspartnere i 2008, 2009 og 2010

Samarbejdspartnere i 2008	Samarbejdspartnere i 2009	Samarbejdspartnere i 2010
3F (dialogbænke)	Philipinsk forening (orientalsk nytårsfest)	Diskriminalitet (Blender og Byens Stemmer)
A/S Erik Schmidt VVS (dialogbænke)	Unge for Menneskerettigheder (International dag)	Dansk-Armensk Forening – Danarmen
Babaylan-Dk (International dag)	Dansk-ukrainsk selskab & repræsentant ved ambassaden (International dag)	Foreningen for Unge Nydanskere (International dag/ ungeressourcegruppen)
Bella Center (dialogbænke)	Dansk- Palæstinensisk Venskabsforening – Hovedstaden (International dag)	Esperanto (International dag)
Burundi Børne- og Kulturforening (International dag)	Integrationsrådet (International dag)	Dansk Kinesisk Forening (International dag)
Center for beskæftigelse, Sprog og Integration. (International dag)	Litauisk Forening i Danmark	Eesti Kodu - den estiske forening i København
Citymail (dialogbænke)	Afghansk forening (International dag)	Forældreforeningen Brug Folkeskolen
Danafrika Kulturklub (International dag)	Evas Ark (International dag)	Den Angolanske Forening i Danmark
Dansk Erhverv (Dialogbænke)	Nørrebrox (International dag)	Ghetto Gourmet (Byens Stemmer)
Dansk Etiopisk Netværk (International dag)	KVINFO (Kvinde Fest)	Ansvarlig presse (Ung ressourcegruppe og Blender)
Dansk Industri (dialogbænke)	Babaylan - Denmark; De filippinske kvinders netværk i Danmark	Henna Arts (Blender)
Dansk Ukrainsk selskab (International dag)	Kvindernes Internationale Liga & Fred for Frihed (International dag)	Ghetto Gourmet (Byens Stemmer)
Dansk-Bosnisk venskabsforening (International dag)	Esperanto (International dag)	Natteravnene København
Dansk-Kurdisk Kulturcenter(DKCC) samt Kurdisk Kvindeforening (International dag)	AFBUD - Foreningen Norden København og Foreningen Norden Ungdom	Projekt Bydelsmødre i Akacieparken og på Bispebjerg
Dansk-Marokkansk Venskabsforening (International dag)	Projekt Bydelsmødre i Akacieparken og på Bispebjerg	Joy of creation
De Demokratiske Muslimer (International dag)	Kurdisk Kvindeforening & Dansk-kurdisk Kulturcenter (International dag)	Evas Ark (International dag)
De kriminalpræventive råd (dialogbænke)	Folkesundhed København – Sundhedsforvaltningen (International dag)	Kulturværkstedet Dagmar (International dag)
Den angolske forening (International dag)	Den Irakiske Kvinde Liga i Danmark (International dag)	Dansk Kurdisk Kulturcenter (International dag)
Den congolesiske forening i Danmark (International dag)	Den spanske forening (International dag)	Salim Assi (International dag)
Den estiske forening (International dag)	VerdensKulturCentret (International dag)	Integrationshuset Kringelbakken + FAKTI
Den irakiske Kvinde-Liga (International dag)	Dansk Marokkansk Kulturforening	Integration & Fritid (International dag)

Den iranske ambassade (International dag)	Verdenskulturcenter (Eid kulturfest og Kvinde Fest)	Institut for Menneskerettigheder (International dag)
Den kinesiske forening (International dag)	Københavnerteamet (VI KBH'R' vintercup)	Verdens kvinder i Danmark (International dag)
Den kroatiske ambassade (International dag)	Kinesisk forening/ambassade (orientalsk nytårsfest)	Morgengrøde fra Chile (International dag)
Den romanske ambassade (International dag)	KRIDT v. Rikke Frisk (Orientalisk nytårsfest)	Kurdisk Kvindeforening & Dansk-kurdisk Kulturcenter (International dag)
Den spanske musik- og kulturforening (International dag)	VEGA (Byens Stemmer)	Ethiopisk Netværk (International dag)
Det Grønlandske Hus/ Qiperoq - Grønlandsk kunstværksted (International dag)	Den estiske forening - Eesti Kodu (International dag)	People Uniting & Generating Aid for development (International dag)
Det Kgl. Teater (Poesikonkurrencen)		Ung 2400 (International dag)
	Den Angolanske Forening i Danmark	
Det Russiske Hus (International dag)	Foreningen for Lesbiske, bøsser bi- og transseksuelle med etnisk minoritetsbaggrund (International dag)	Sundhed på dit sprog – forebyggelsescenter Nørrebro (International dag)
DGI Byen (Fotoudstillingen "Den Perfekte Familie")	Isam B (Medborgerskabsdag)	Tavse Stemmer (Kvinde fest)
DJ Djuna Barnes (Fotoudstillingen "Den Perfekte Familie")	Vietnamesisk venskabsforening (orientalsk nytårsfest)	Gazette (Kvinde Fest)
Etniske og nationale foreninger i København (International Dag)	Sos mod Racisme (International dag)	Gadepulsen (Blender)
Eventbureauet SOPS (Fremtidstræf)	Verdens kvinder i Danmark (International dag)	Ressource Center ydre Nørrebro (Ungeressourcegruppe/ International dag)
Filipino Association In Denmark (International dag)	Kulturværkstedet Dagmar	Litauisk Forening i Danmark (International dag)
Finn I. & Davidsen A/S (dialogbænke)	LionheartSociety (i stedet for Danafrika)	
Foreningen Danmark-Letland	Diskriminalitet (International dag)	Filipino Association of Denmark og Radio Pinoys Venskabsforening(International dag)
Foreningen Norden (International dag)	Indvandrer Kvindecntrret (International dag)	Sabaah - Foreningen for Lesbiske, bøsser bi- og transseksuelle med etnisk minoritetsbaggrund
Foreningen til fremme af integration (International dag)	KOMKAR (International dag)	Diskriminalitet (International dag)
Forfatter Charlotte Sejer Pedersen (Poesikonkurrence)	Forældreforeningen Brug Folkeskolen på Nørrebro; Brug Folkeskolen på Amager & Brug Folkeskolen i Bispebjerg	Distortion (Ungeressourcegruppe/Blender)
Forsvarets Personaletjeneste (dialogbænke)	KSR - Kampsport for børn og unge	Den estiske forening - Eesti Kodu
Fotograf Juan Hein (Fotoudstillingen "Den Perfekte Familie")	Foreningen Associacao de Capoiara Malta	StreetMekka (Blender)
Gaida - den græsk/danske kulturgruppe (International dag)	People Uniting & Generating Aid for development (International dag)	Babaylan - Denmark; De filippinske kvinders netværk i Danmark (International dag)
Gjedsted-Jensen EI installation A/S (dialogbænke)	Integrationshuset Kringlebakken + FAKTI	Antidiskriminalitet (International dag)

Henrik Fugmann El-anlæg A/S (dialogbænke)	Diskriminalitet (Diskriminalitet)	Akeleje (Ungeressourcegruppe/International dag)
Henrik Glud Olsen (International dag)	Foreningen Danmark-Letland (International dag)	Dansk-marokkansk Venskabsforening (International dag)
HK (dialogbænke)	Mentorservice (International dag)	Medborgercenteret i Urbanplanen
HMShost Denmark (dialogbænke)	Global Generation og projektet Global Kidz	Chinese Net Community (International dag)
Horesta (dialogbænke)	Natteravnenes landssekretariat (International dag)	Dansk-cubansk Forening
IDA- Kantiner A/S (dialogbænke)	Venskabsforeningen Danmark-Eritrea	KOMKAR
Imerco A/S (dialogbænke)	C:NTACT (Kvinde Fest)	Foreningen Danmark-Letland (International dag)
Indiens ambassade (International dag)	Chinese Net Community	Kokusai sougobudo renmei (Karate & Budo klubben)
Indvandrer Kvindecetret (International dag)	Antidiskriminalitet (International dag)	Ethniqua magazine (Ung ressourcegruppe og Blender)
Integrationsrådet (International dag)	Javeneh (International dag)	Rollemodel korpset UU KBH (Ungeressourcegruppe)
ISS (dialogbænke)	Ethiopisk Netværk (International dag)	Verdens Kulturcentret (Eid kulturfest)
Jobindex (dialogbænke)	Skt. Annæ Kirke (Lykønsninger og Påske Pesach)	Danafrika (International dag)
Joris Rikbroek (Wij Amsterdammers)	LS FLAG (Kulturnatten)	Indvandrer Kvindecetret (International dag)
Klaus Overskov VVS A/S (dialogbænke)	Ungdommens Røde Kors (International dag)	Foreningen Associacao de Capoiara Malta
KOMKAR (International dag)	Chilenske dansegruppe "Raices" (International dag)	Javeneh (International dag)
Kringlebakken - Integrationshuset Bispebjerg og NVKA (International dag)	The Secret Company	ACODA (International dag)
Kulturværkstedet Dagmar (International dag)	Filipino Association of Denmark og Radio Pinoys Venskabsforening (International dag)	VerdensKulturCentret (International dag)
Københavns Energi (dialogbænke)	Ghetto Gourmet (Byens Stemmer)	Den Irakiske Kvinde Liga i Danmark
Københavns Esperanto (International dag)	FAKTI (Kvinde Fest)	Foreningen Menneskebiblioteket (International dag)
Københavns Fængsler (dialogbænke)	Dansk Kinesisk Forening (International dag)	Fiction pimp (Ungeressourcegruppen/Blender)
Københavns Kommunes biblioteker (International dag)	Betty Nansen Teatret (Medborgerskabsdag)	Den Congolesiske Forening i Danmark (ACODA)
Lars Nikolai Jensen, Københavns Politi (Ressourcegruppe)	Mosaik Trossamfund (Lykønsninger og Påske Pesach)	Etnisk minoritetskvindens råd (Kvinde Fest)
Letzsushi (dialogbænke)	Dansk-marokkansk Venskabsforening (International dag)	Burundi Børne- og Kulturforening (International dag)
Litauisk Forening i Danmark (International dag)	Den Congolesiske Forening i Danmark (ACODA)	Dans i Nordvest (Ung ressourcegruppen og Blender)
Man2Man (dialogbænke)	Dansk-cubansk Forening (International dag)	Master Fatman (Ungeressourcegruppe/Blender)

Mentorservice (International dag)	Burundi Børne- og Kulturforening (International dag)	Ghettoblaster (International dag)
Metro Cash & Carry (dialogbænke)		Azmera Dansk-Eriteansk Netværk (Venskabsforeningen Danmark-Eritrea) (International dag)
Mette Rose Skaksen, Dansk Industri (Ressourcegruppen)		Ungdommens Røde Kors - (International dag)
Muslimernes Fællesråd (Eid reception)		Nydansk Ungdomsråd (Ungeressourcegruppen/International dag)
Natteravnenes landssekretariat, fædregruppens og Spider House (International dag)		Kvindernes Internationale Liga & Fred for Frihed (International dag)
Netværksgruppen i København (International dag)		Den spanske forening (International dag)
Nordic Minority (International dag)		københavns Esperanto klub (International dag)
Novozymes (dialogbænke)		Stop hadeforbrydelser (Blender og Byens Stemmer)
PALJUNIOR + PalUng (International dag)		Open Asia Denmark (International dag)
People Uniting & Generating Aid for development (International dag)		Center for Positiv Integration (Ung ressourcegruppe og Blender)
Radio Pinoys Venskabsforening + Filipino Association In Denmark (International dag)		Global Generation og projektet Global Kidz
Rapperne Zaki, Ali Sufi, Ellie Joker og Joseph Mbida (Poesikonkurrence)		DR's Koncerthus (Blender)
RecuteringsCenter (International dag)		Rap Moves (Blender)
Sami El Shimmy, Københavnerteamet (Ressourcegruppen)		Københavns Internationale Forening (Ungeressourcegruppe)
SOS mod racisme (International dag)		Columbia Viva
STAAL film (Poesikonkurrence)		Natteravnenes landssekretariat
Søren Langager, DPU (Ressourcegruppen)		Tapeworm management (Kvinde Fest)
Tekniq (dialogbænke)		VEGA (Byens Stemmer)
Uddannelsescentret i Roskilde – Slagteriskolen (dialogbænke)		
Ungdommens Røde Kors (International dag)		
venskabsforeningen Danmark/Eritrea (International dag)		
Vikarbørsen (dialogbænke)		
Vikargruppen Danmark (dialogbænke)		

Bilag 3 – Liste over ansøgere til puljen

Projektansøger	Antal projekter
2008	
Verdenskulturcentret på Nørrebro	7
Valby Kulturhus	3
Børnekulturstedet på Vesterbro	2
Kulturhuset Bispebjerg Nordvest	2
Kulturhuset Islands Brygge	2
Partnerskabet/3B	2
Salaam DK	2
Vesterbro Kulturhus	2
Bibliotek Ørnevej	1
Blågårdens Bibliotek	1
Boligforeningen 3B	1
FSB bolig	1
Kultur Vesterbro, kulturstaldene	1
Kvarterhuset	1
Københavns Internationale Teater	1
Post&Tele Museum	1
Projektbasen	1
2009	
VerdenKulturCentret	14
Kulturhuset Islands Brygge	4
Støberiet	4
Børnekulturstedet Karens Minde	3
Nørrebro Hallen	3
Huset i Magstræde	2
Miljøpunkt Amager	2
Nørrebro Bibliotek	2
Vanløse kulturhus	2
Boligforeningen 3B	1
FSB bolig	1
Kbh. Bymuseum	1
Korsgade Hallen	1
Kraftverket	1
kulturhus Indre By	1
Kulturhuset Bispebjerg NV	1
Lejerbo	1
Prismen (Amager)	1
Råhuset, Kultur Vesterbro	1
Solvang Bibliotek	1
SydhavnsCompagniet	1
Valby Kulturhus	1
Vesterbro Bibliotek	1
2010	
VerdenKulturCentret	13
Kulturhuset Bispebjerg NV	4
Støberiet	3
Boligforeningen 3B	2
AKB bolig	2
Børnekulturstedet Karens Minde	1
Dansecenen	1
Kvarterhuset	1
KAB Bygge- og Boligadministration	1
Kulturenheden Vesterbro og Kgs. Enghave	1
Nørrebro Bibliotek	1
Prøvehallen	1

Bilag 4- Deltagerliste for VI KBH'R' ressourcegrupper

Ressourcegruppe 2008

Tema	Ressourcegruppens medlemmer
Kultur/kunst	Henrik Hartmann, Betty Nansen, CONTACT
Medborgerskab	Ellie Jokar, sanger Lise Egholm, Skoleinspektør Rådmandsgades Skole
Religion	Zubair Butt Hussain, talsmand for Muslimernes Fællesråd Bent Melchior, tidligere overrabbiner
Diskrimination	Anders Gadegård, domprovst Vor Frue kirke Mandana Zarrehparvar, teamleder Institut for menneskerettigheder
Tryghed/radikalisering	Sami El Shimy, leder Københavnerteamet Lars Nicolai Jensen, Afdelingsleder, Politi- den kriminalpræventive afdeling
Inklusion	Søren Langager, lektor DPU
Erhvervsliv	Mette Rose Skaksen, Dansk Industri
NGO interessegrupper	Human Shojae, Foreningen Nydanskere Feridah Rose, Formand for Foreningen af Unge Nydanskere
Integrationsrådet	Ayfer Baykal

VI KBH'R Ungeressourcegruppe 2010

Forening	Ressourcegruppens medlem
Københavns bydele	
Ung 2400 (Bispebjerg)	Aybuke Koc
Akeleje (Valby)	Kalilu Sesya
RessourceCenteret Ydre Nørrebro	Munin Oali
Medborgercenteret i Urbanplanen (Amager)	Sakorn Sukijphitayan Sabrina Koch
Københavns International Forening (Tingbjerg)	Said Hussain
Inklusions foreninger	
Ansvarlig Presse	Aydin Soei
E thniqa Magazin	Ayan Mouhuomed
Ny-Dansk Ungdomsråd	Ali Sufi
Diskriminalitet	Ahsan Bilal Ameen Babak Vakili
Foreningen for unge nydanskere	Feridah Rose
Rollemodelkorpset UU KBH	Nadia Chiani
Center for positiv integration	Poyua Yazdi
Dans i Nordvest	Casper Christophersen
SAABAH	Fahad Saeed

Ungdommens Røde Kors	Andreas Gylling Æbelø
Eventmagere	
Distortion	Thomas Fleurquin
Eventmager	Morten Lindberg
Fiction Pimps	Gry Worre Hallberg
She Zone	Gry Hebeltoft

Bilag 5- budgetoversigt for VI KBH'R' kampagnen

Aktivitet	Beløb
Kampagne 2008	2.003.030,20 kr.
Pulje 2008	720.054,00 kr.
Kampagne 2009	2.108.664,60 kr.
Pulje 2009	1.234.093,00 kr.
Kampagne 2010	1.464.324,10 kr.
Pulje 2010	953.792,00 kr.
I alt	8.483.957,90 kr.

Bilag 6 – Kampagnemateriale 2008,2009 og 2010





GODT NYTÅR
 新年快乐
 CHÚC MỪNG NĂM MỚI
 Maitiia Bui
 uo L Buobabi Buefe Bui
 2015

GODT NYTÅR
 新年快乐
 CHÚC MỪNG NĂM MỚI

VI KBH'R
 fejrer nytår 10
 gange om året

OPLEV FORSKELLIGHED.DK

Københavns Kommune
 Børnskolecenter og
 Integrationsforvaltningen
 www.kk.dk/oplevelsforskellighed

أنا من كوبنهاغن
 Ben Kopenhagen'tan
 میں جہاں رہتا ہوں یہ کوپنہیگن
 I come from Copenhagen
 DoJazim iz Kopenhagena
VI KBH'R
 زندگی می کنم در کپنهاگ
 Ich komme aus Kopenhagen
 Jag är en köpenhamnare
 我是從哥本哈根
 Ja mieszkam w Kopenhadze

OPLEV FORSKELLIGHED.DK

VI KBH'R

VI KBH'R
 markerer FN's Internationale Dag
 mod Racisme den 21. marts

**ANTISEMITISME
 OG ISLAMOFOBI
 - IKKE I VORES BY!**

MFR
 FOLKESKOLEN FORBEREDELSE
 Det Mosaiske Trossamfund
 Det jødiske center i Danmark

Københavns Kommune Integrationsforvaltningen og Integrationsforvaltningen www.kk.dk/oplevelsforskellighed

VI KBH'R
 ønsker glædelig Eid

OPLEV FORSKELLIGHED.DK

VI KBH'R

Københavns Kommune
 Børnskolecenter og
 Integrationsforvaltningen

VI KBH'R
 ønsker god Chanukah

Du er inviteret. Kom til Chanukah på
 Rådhuspladsen den 14. december kl. 17.30.
 Læs mere på oplevelsforskellighed.dk

Chanukah er en jødisk højtid, der skal fejres fuldt ud et
 minut før solen, da solen først er kommet i lys i år 164.
 Her fandt de lidt olie, der lige var nok til at tænde
 lyset i men det brændte en dag. Den blev mirakuløs og
 holdt i otte dage. Derfor fejres det i otte dage af år
 i otte dage i stedet for i en almindelig højtide.

OPLEV FORSKELLIGHED.DK





**VI KBH'R'
INVITERER
TIL NYVITERER
KVINDE
FEST I
FEST**



LØRDAG
13. MARTS
14-20.00
KØBENHAVNS
RÅDHUS

PROGRAM:
WWW.
BLANDDIG
IBYEN.
DK

**BLANDDIG
IBYEN**

KØBENHAVNS KOMMUNE
Børns og Ungeafdelingen